Teknika 20 (2): 263-273

JURNAL TEKNIKA
ISSN: 0854-3143
e-ISSN: 2622-3481
Journal homepage: http://jurnal.polsri.ac.id/index.php/teknika
Journal Email: teknika@polsri.ac.id

Evaluasi Inovasi Digital Pada Aplikasi *E-Commerce* Menggunakan *Design Thinking* dan *System Usability Scale*

Dinda Fahira[1], Rini Nurlistiani*[2]

[1,*2]Jurusan Sistem Informasi, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, Bandar Lampung, Indonesia
*Email Penulis Korespondensi: *rininurlistiani@darmajaya.ac.id*

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong pertumbuhan pesat di bidang e-commerce di Indonesia. Shopee, sebagai salah satu platform e-commerce terbesar di Asia Tenggara, menjadi subjek penelitian ini. Pentingnya topik ini terletak pada kebutuhan untuk mengevaluasi kepuasan dan kemudahan pengguna aplikasi guna meningkatkan pengalaman pengguna (UX). Penelitian ini bertujuan mengukur pengalaman pengguna pada aplikasi Shopee melalui pendekatan Design Thinking dan instrumen System Usability Scale (SUS), dengan fokus pada kepuasan dan kemudahan interaksi dengan fitur utama. Metode Design Thinking digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan, mengenali masalah, dan merancang solusi berbasis pengguna. Pengumpulan data dilakukan melalui survei terhadap 100 responden pengguna aktif Shopee menggunakan kuesioner SUS. Hasil analisis menunjukkan nilai rata-rata SUS sebesar 77,1, yang masuk dalam kategori "Good" dengan tingkat penerimaan pengguna yang tinggi. Responden menganggap antarmuka Shopee mudah digunakan, meski ada keluhan kecil terkait pencarian dan notifikasi. Kesimpulannya, Shopee menunjukkan usability yang memadai, namun perbaikan diperlukan pada navigasi dan personalisasi untuk meningkatkan efisiensi dan kepuasan pengguna.

Kata kunci*—E-commerce, Shopee, Design Thinking, System Usability Scale (SUS), Pengalaman Pengguna (UX)*

Abstract

The development of digital technology has driven rapid growth in the e-commerce sector in Indonesia. Shopee, as one of the largest e-commerce platforms in Southeast Asia, becomes the subject of this research. The importance of this topic lies in the need to evaluate user satisfaction and ease of use of the application to improve user experience (UX). This research aims to measure user experience on the Shopee application through the Design Thinking approach and the System Usability Scale (SUS) instrument, with a focus on satisfaction and ease of interaction with the main features. The Design Thinking method is used to identify needs, recognize problems, and design user-based solutions. Data collection was carried out through a survey of 100 active Shopee user respondents using the SUS questionnaire. The analysis results show an average SUS

Received: November 5, 2025; Online Available: January 2, 2026

value of 77.1, which falls into the "Good" category with a high level of user acceptance. Respondents consider the Shopee interface easy to use, although there are minor complaints related to search and notifications. In conclusion, Shopee shows adequate usability, but improvements are needed in navigation and personalization to increase efficiency and user satisfaction.

Keywords—*E-commerce, Shopee, Design Thinking, System Usability Scale (SUS), User Experience (UX)*

1. PENDAHULUAN

Transformasi digital dalam ekosistem *e-commerce* telah secara mendasar mengubah dinamika perilaku konsumen dan strategi bisnis modern. Inovasi digital, yang melibatkan integrasi teknologi untuk menciptakan nilai tambah dan memperkaya interaksi pengguna, menjadi pendorong utama pertumbuhan platform perdagangan elektronik [1]. Di kawasan Asia Tenggara, platform seperti *Shopee* mendominasi pasar dengan pangsa 48–52% pada periode 2023–2024 dan melayani lebih dari 132 juta pengguna aktif bulanan di Indonesia [2]. Namun, pertumbuhan yang bersifat kuantitatif tersebut belum sepenuhnya mencerminkan keunggulan kualitas pengalaman pengguna (*user experience*/UX).

Berbagai survei pengguna menunjukkan adanya kesenjangan antara kemampuan teknis *platform* dan ekspektasi pengguna. Hasil studi menunjukkan bahwa 38% pengguna mengalami kesulitan dalam navigasi pencarian produk, 27% mengeluhkan proses *checkout* yang kompleks, dan 22% terganggu oleh inkonsistensi desain antarmuka [3]. Temuan tersebut menegaskan bahwa inovasi teknologi belum sepenuhnya diimbangi dengan peningkatan kualitas pengalaman pengguna yang optimal.

Dalam konteks kompetisi *e-commerce* yang semakin intensif di Asia Tenggara, pengalaman pengguna (UX) menjadi faktor strategis yang menentukan loyalitas pelanggan. Penelitian menunjukkan bahwa pengalaman positif dapat meningkatkan loyalitas pelanggan hingga 47% dan *customer lifetime value* hingga 33% [4]. Sebaliknya, pengalaman negatif dapat menurunkan minat pengguna, di mana 88% pengguna tidak akan kembali menggunakan aplikasi yang memberikan pengalaman buruk [5]. Kondisi ini menegaskan pentingnya evaluasi UX yang komprehensif, terstruktur, dan berbasis data empiris.

Penelitian ini mengadopsi pendekatan integratif dengan menggabungkan *Design Thinking* dan *System Usability Scale* (SUS). *Design Thinking* merupakan metodologi inovatif yang berpusat pada manusia (*human-centered design*) dan menekankan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan, motivasi, serta hambatan pengguna melalui lima tahapan: *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* [6]. Pendekatan ini tidak hanya menyelesaikan masalah teknis, tetapi juga mengeksplorasi dimensi emosional dan kontekstual dari pengalaman pengguna. Sementara itu, *System Usability Scale* (SUS) yang dikembangkan oleh *Brooke* (1986) merupakan instrumen kuantitatif yang valid dan reliabel dalam mengukur persepsi kemudahan penggunaan sistem [7]. Penelitian validasi terbaru menunjukkan bahwa SUS memiliki reliabilitas tinggi dan mampu membedakan tingkat *usability* bahkan pada ukuran sampel kecil [8].

Meskipun *Shopee* memimpin pasar *e-commerce* di Asia Tenggara, berbagai studi menunjukkan masih terdapat kesenjangan signifikan dalam aspek UX. Sebanyak 38% pengguna mengalami kesulitan dalam navigasi produk akibat banyaknya kategori dan iklan berlebih [9]; 27% menghadapi friksi dalam proses *checkout* yang kompleks terkait penggunaan *voucher*, metode pembayaran, dan pengiriman, yang menyebabkan peningkatan *abandoned cart rate* [10]; serta inkonsistensi desain antarmuka yang kerap berubah tanpa pedoman, menurunkan memorabilitas dan kemampuan belajar pengguna [11]. Selain itu, beban kognitif dari notifikasi yang tidak relevan menurunkan kepuasan emosional [12], sementara penurunan performa sistem saat *flash sale* merusak persepsi keandalan aplikasi. Kondisi tersebut menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara inovasi fitur dan kebutuhan pengguna, sehingga diperlukan evaluasi berbasis manusia melalui *Design Thinking* serta validasi kuantitatif dengan SUS [13].

Pendekatan *Design Thinking* dan *System Usability Scale* (SUS) dipilih karena keduanya saling melengkapi dalam memahami pengalaman pengguna secara menyeluruh. *Design Thinking* membantu menggali kebutuhan, hambatan, dan perilaku pengguna melalui proses empati dan eksplorasi masalah, sehingga peneliti dapat menemukan isu yang tidak selalu terlihat melalui evaluasi teknis. Sementara itu, SUS memberikan ukuran kuantitatif yang cepat, sederhana, dan terbukti reliabel untuk menilai tingkat kemudahan penggunaan aplikasi. Dibandingkan metode lain seperti UCD, QUIS, atau *heuristic evaluation*, kombinasi *Design Thinking* dan SUS lebih efisien, relevan dengan konteks *e-commerce*, dan mampu menghasilkan temuan yang tidak hanya deskriptif tetapi juga dapat langsung diolah menjadi rekomendasi perbaikan yang sesuai kebutuhan pengguna.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan relevansi integrasi kedua pendekatan ini. Penelitian [14] melakukan analisis perbandingan antara aplikasi belanja *online* Indonesia (*Shopee*) dan Tiongkok (*Taobao*) menggunakan SUS untuk menilai tingkat kegunaan antarmuka, yang menggambarkan perbedaan pengalaman pengguna lintas negara. Kemudian [15] meneliti perancangan UI/UX aplikasi *e-commerce* kain batik pada UMKM Rezti's Batik menggunakan pendekatan *Design Thinking*, yang menekankan pentingnya inovasi digital berbasis kebutuhan pengguna. Sementara itu [16] menerapkan metode yang sama untuk merancang UI/UX aplikasi *e-commerce* sektor kuliner pada Toko Bolu Miranti, menunjukkan efektivitas pendekatan berbasis pengguna dalam meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengguna.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis tingkat pengalaman dan kepuasan pengguna terhadap aplikasi *Shopee*, (2) mengukur tingkat *usability* menggunakan metode *System Usability Scale* (SUS), serta (3) merumuskan rekomendasi perbaikan berbasis pendekatan *Design Thinking*. Secara empiris, penelitian ini melibatkan 100 responden untuk menilai persepsi kemudahan penggunaan dan mengeksplorasi kebutuhan serta hambatan pengguna dalam berinteraksi dengan aplikasi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi strategis bagi pengembang *Shopee* dalam meningkatkan kualitas UX, menjadi referensi akademik dalam integrasi *Design Thinking* dan SUS, serta memperkaya pemahaman praktisi dan peneliti mengenai metode evaluasi UX berbasis kombinasi data kualitatif dan kuantitatif.

2. METODE PENELITIAN

Studi ini mengadopsi desain penelitian campuran (*mixed methods research*) yang mengintegrasikan pendekatan kualitatif melalui *Design Thinking* dan pendekatan kuantitatif melalui *System Usability Scale (*SUS). Metodologi yang diterapkan mencakup arsitektur penelitian terstruktur, teknik analisis data yang komprehensif, serta implementasi praktis yang berbasis pada prinsip-prinsip ilmiah untuk menjamin validitas dan reliabilitas hasil. Gambar 1 memperlihatkan tahapan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.

2.1 Design Thinking

Mengatasi permasalahan *UX* pada *Shopee*, penelitian ini menggunakan *Design Thinking* sebagai kerangka utama identifikasi dan pemecahan masalah secara kreatif. Tahapan ini digunakan untuk mengevaluasi dan meningkatkan inovasi digital pada aplikasi *e-commerce* dengan memprioritaskan pengalaman pengguna. Pada metode ini terdapat 5 tahapan yang dapat memecahkan masalah yang berfokus pada pengguna, yaitu [17] :

1. Emphatize

Tahapan ini melibatkan pengumpulan wawasan mendalam tentang kebutuhan, perilaku, dan pengalaman pengguna melalui observasi, wawancara, atau survei, untuk membangun empati dan memahami perspektif mereka. Dalam penelitian e-commerce, ini membantu mengidentifikasi masalah seperti kesulitan navigasi atau keamanan transaksi dari sudut pandang pelanggan.

2. Define

Tahapan ini fokus pada penyaringan data dari *Empathize* untuk mendefinisikan masalah utama secara jelas dan spesifik, sering kali dalam bentuk pernyataan masalah yang dapat ditindaklanjuti.Dalam evaluasi aplikasi *e-commerce*, ini membantu merumuskan tantangan seperti "bagaimana meningkatkan kepercayaan pengguna dalam transaksi online" berdasarkan wawasan empati [18].

3. Ideate

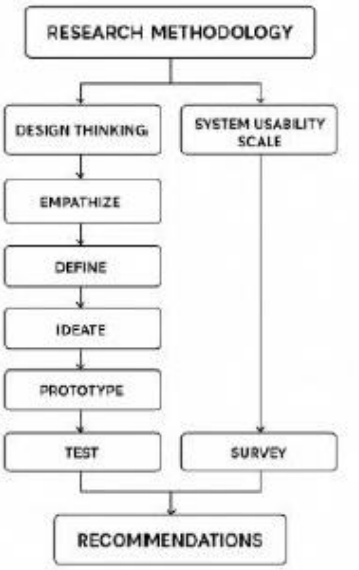
Tahapan ini melibatkan generasi ide-ide kreatif dan solusi potensial tanpa batasan, melalui *brainstorming* atau teknik kolaboratif, untuk mengeksplorasi berbagai kemungkinan. Dalam konteks inovasi digital *e-commerce*, ini bisa menghasilkan ide seperti fitur AI untuk rekomendasi produk atau integrasi pembayaran yang lebih aman [19].

4. Prototype

Tahapan ini mencakup pembuatan model sederhana atau prototipe dari ide-ide terpilih untuk menguji konsep secara fisik atau digital, seperti *mockup* aplikasi atau *wireframe*. Dalam penelitian *e-commerce*, prototipe digunakan untuk mensimulasikan fitur baru sebelum implementasi penuh, memungkinkan iterasi cepat [3].

5. Test

Tahapan ini melibatkan pengujian prototipe dengan pengguna nyata untuk mendapatkan umpan balik, mengidentifikasi kekurangan, dan melakukan perbaikan iteratif. Dalam evaluasi aplikasi *e-commerce* menggunakan *System Usability Scale* (SUS), pengujian ini mengukur efektivitas inovasi digital melalui skor kegunaan dan pengalaman pengguna [20].



Gambar 1 Tahapan Penelitian

2.2 System Usability Scale (SUS)

System *Usability Scale* atau SUS merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengevaluasi seberapa mudah sebuah sistem atau aplikasi digunakan oleh penggunanya. Metode ini pertama kali diperkenalkan oleh John Brooke pada tahun 1996 dengan tujuan untuk mendapatkan cara yang praktis dan tidak memakan banyak waktu dalam mengukur kepuasan pengguna terhadap berbagai jenis sistem teknologi [22]. SUS terdiri dari sepuluh pernyataan yang harus dinilai oleh responden menggunakan 5 poin skala *Likert*. Responden diminta untuk memberikan penilaian “Sangat Tidak Setuju (STS)”, “Tidak Setuju (TS)”, “Ragu-Ragu (R)”, “Setuju (S)”, dan “Sangat Setuju (SS)” dari 10 item pernyataan, dengan pola bergantian antara pernyataan positif dan negatif untuk mengurangi bias dalam jawaban. Proses perhitungan skor dilakukan dengan menjumlahkan nilai dari kesepuluh pernyataan kemudian dikalikan 2.5, menghasilkan skor akhir dengan rentang 0 hingga 100. Keunggulan utama SUS terletak pada

kesederhanaannya dimana responden hanya membutuhkan waktu 2-3 menit untuk mengisi kuesioner, namun tetap menghasilkan data yang dapat diandalkan dan konsisten [19] .

SUS adalah metode untuk mengukur tingkat kemudahan penggunaan suatu sistem atau aplikasi. Berdasarkan riset dari ribuan pengujian, Untuk aplikasi seperti *Shopee*, SUS membantu mengukur kemudahan pengguna saat mencari barang, melakukan pembayaran, atau mengecek status pesanan. Penilaian dilakukan melalui 10 pertanyaan dengan skala 1-5, di mana 1 artinya "sangat tidak setuju" dan 5 artinya "sangat setuju". Daftar pertanyaan yang dipakai dalam kuesioner itu dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Daftar Pertanyaan Kuisioner

No.	*Pertanyaan*	*Skor*
1	Saya merasa ingin menggunakan aplikasi ini secara rutin.	1-5
2	Saya menilai aplikasi ini mudah dipahami dan tidak terlalu rumit untuk digunakan.	1-5
3	Saya merasa aplikasi ini mudah digunakan.	1-5
4	Saya merasa memerlukan bantuan dari orang yang memiliki kemampuan untuk dapat menggunakan aplikasi ini.	1-5
5	Saya merasa fitur-fitur dalam aplikasi ini terintegrasi dan berfungsi dengan baik.	1-5
6	Saya menilai terdapat terlalu banyak ketidak konsistenan dalam aplikasi ini.	1-5
7	Saya membayangkan sebagian besar pengguna dapat mempelajari penggunaan aplikasi ini dengan cepat.	1-5
8	Saya merasa aplikasi ini membingungkan untuk digunakan.	1-5
9	Saya merasa percaya diri ketika menggunakan aplikasi ini	1-5
10	Saya merasa perlu mempelajari banyak hal terlebih dahulu sebelum dapat menggunakan aplikasi ini dengan baik.	1-5

Penilaian *usability* berdasarkan 3 (tiga) kategori:

a. *Not acceptable* = skor 0-50,9
b. *Marginal* = skor 51-70,9
c. *Acceptable* = skor 71-1002.1

Skor SUS yang dihasilkan kemudian diinterpretasikan dalam beberapa versi sebagai berikut [11][21]:

1. *Acceptability Ranges*, interpretasi skor SUS berdasarkan penerimaan pengguna. Skala peringkat yang digunakan adalah *Not Acceptable*, *Marginal*, dan *Acceptable* [24].
2. *Grade Scale*, skor SUS dikelompokkan menjadi 5 grade yaitu: A (skor antara 90-100), B (skor antara 80-90), C (skor antara 70-80), D (skor antara 60-70), dan F (skor di bawah 60).
3. *Adjectives Rating*, adalah kata sifat yang menterjemahkan skor numerik SUS ke dalam penilaian absolut terhadap *usability*. Skala peringkat *adjectives* ini meliputi: *Worst Imaginable, Awful, Poor, OK, Good, Excellent, Best Imaginable*.
4. Mengkorelasikan skor SUS dengan *Net Promoter Score* (NPS). NPS merupakan survei tingkat kepuasan dan keloyalan pelanggan/ pengguna terhadap sebuah produk yang berkaitan dengan persentase kemungkinan pengguna merekomendasikan produk tersebut pada orang lain. Hasil analisis data yang berupa evaluasi *usability* sistem informasi pasar kerja diterjemahkan dan disimpulkan.

2.3 Profil Responden

Pada bagian responden, data perlu dipisahkan ke dalam beberapa segmen agar karakteristik sampel lebih jelas dan hasil *usability* dapat dianalisis secara lebih tepat. Segmentasi ini biasanya mencakup jumlah responden berdasarkan jenis kelamin, kelompok umur, tingkat pendidikan, dan jenis pekerjaan, serta dapat diperluas dengan informasi tambahan seperti lama

penggunaan aplikasi atau frekuensi pemakaian. Pembagian ini membantu menunjukkan apakah sampel sudah representatif dan memungkinkan peneliti melihat pola perbedaan penilaian *usability* antar-kelompok pengguna.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan yang didapat dari penelitian ini diuraikan secara lengkap dan detail. Bagian pembahasan menjelaskan pentingnya hasil yang diperoleh. *Prototyping* dan *testing* adalah Tahap *prototyping* dan *testing* menjadi langkah akhir dari proses dengan memakai metode *design thinking*. Hasil akhir dari penelitian ini berupa.

3.1 Empathize

Pada tahap awal, dilakukan observasi mendalam terhadap perilaku pengguna *Shopee* dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini melibatkan 30 responden dengan latar belakang berbeda, mulai dari mahasiswa, ibu rumah tangga, hingga pekerja kantoran yang rutin berbelanja *online*.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara langsung dan observasi penggunaan aplikasi. Hasilnya menunjukkan beberapa pola menarik. Pengguna sering merasa kebingungan saat mencari produk tertentu karena terlalu banyak pilihan yang muncul. Fitur *live shopping* kadang mengganggu karena notifikasi yang terlalu sering. Namun di sisi lain, banyak pengguna menyukai kemudahan dalam melakukan transaksi dan berbagai metode pembayaran yang tersedia.

Dari hasil wawancara, ditemukan keluhan utama seperti proses retur barang yang berbelit, kesulitan membedakan produk asli dan palsu, serta tampilan iklan yang terlalu dominan. Beberapa pengguna juga mengeluhkan fitur pencarian yang kurang akurat sehingga harus mencoba beberapa kali dengan kata kunci berbeda.

3.2 Define

Berdasarkan data yang terkumpul, dirumuskan beberapa permasalahan inti yang perlu diselesaikan:

Masalah Utama:

- Navigasi aplikasi yang terlalu kompleks membuat pengguna baru kesulitan beradaptasi.
- Sistem pencarian produk belum optimal dalam memahami kebutuhan pengguna.
- Proses verifikasi penjual dan produk masih kurang transparan.
- Notifikasi promosi yang berlebihan mengurangi kenyamanan pengguna.

*Problem Statement***:** "Pengguna *Shopee* membutuhkan cara yang lebih sederhana dan efisien dalam menemukan produk yang diinginkan, dengan tingkat kepercayaan tinggi terhadap kualitas barang, tanpa terganggu oleh informasi yang tidak relevan." Pernyataan masalah ini menjadi fokus utama untuk pengembangan solusi di tahap selanjutnya. Masalah-masalah tersebut berdampak langsung pada kepuasan dan loyalitas pengguna terhadap *platform*.

3.3 Ideate

Tahap ini melibatkan sesi *brainstorming* dengan melibatkan pengguna, desainer UX, dan pengembang aplikasi. Beberapa ide solusi yang dihasilkan:

Solusi untuk Navigasi:

- Menyederhanakan menu utama dengan mengelompokkan kategori produk berdasarkan kebutuhan harian.
- Membuat fitur personalisasi tampilan sesuai preferensi pengguna.
- Menambahkan tutorial interaktif untuk pengguna baru.

Solusi untuk Pencarian**:**

- Mengintegrasikan pencarian visual menggunakan foto produk.
- Memperbaiki algoritma pencarian dengan filter yang lebih spesifik.
- Menambahkan fitur rekomendasi cerdas berdasarkan riwayat pencarian.

Solusi untuk Kepercayaan**:**

- Menampilkan *badge* verifikasi yang lebih jelas untuk penjual terpercaya.
- Menyediakan review video dari pembeli sebelumnya.
- Membuat sistem rating yang lebih transparan dan sulit dimanipulasi.

Solusi untuk Notifikasi**:**

- Memberikan kontrol penuh kepada pengguna untuk mengatur jenis notifikasi.
- Mengelompokkan notifikasi berdasarkan prioritas dan relevansi.
- Menyediakan mode "*Do Not Disturb*" dengan penjadwalan otomatis.

3.4 Prototype

Dari ide-ide yang dihasilkan, dipilih tiga solusi prioritas untuk dikembangkan menjadi prototype:

Prototype 1: Sistem Navigasi Baru dibuat *mockup* tampilan aplikasi dengan menu yang lebih sederhana. Kategori produk dikelompokkan menjadi lima bagian utama yaitu kebutuhan harian, fashion, elektronik, kecantikan, dan lainnya. Setiap kategori memiliki ikon yang mudah dikenali dan warna yang konsisten.

Prototype 2: Fitur Pencarian Visual dikembangkan prototipe fitur yang memungkinkan pengguna mengunggah foto produk yang diinginkan. Sistem akan mencari produk serupa berdasarkan bentuk, warna, dan karakteristik visual lainnya. Fitur ini dilengkapi dengan filter harga dan *rating* untuk mempermudah pemilihan.

Prototype 3: *Dashboard* Pengaturan Notifikasi dibuat halaman khusus dimana pengguna dapat mengatur preferensi notifikasi secara detail. Tersedia pilihan untuk menonaktifkan notifikasi promosi, mengatur jadwal notifikasi, dan memilih kategori informasi yang ingin diterima.

Ketiga prototype dibuat dalam bentuk *wireframe digital* menggunakan *tools* desain yang memungkinkan simulasi interaksi pengguna.

3.5 Testing

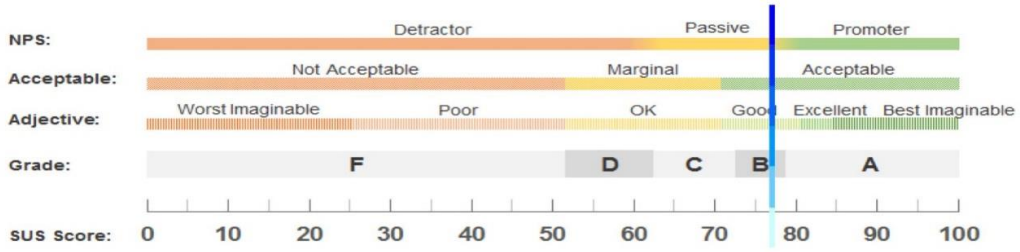
Tahap pengujian dilakukan dengan melibatkan 100 responden yang sama pada tahap *empathize*. Setiap responden diminta mencoba ketiga prototype dan memberikan penilaian menggunakan *System Usability Scale* (SUS). SUS merupakan metode pengujian yang berlandaskan kuisioner untuk mengukur tingkat *usability* sebuah sistem menurut sudut pandang pengguna. SUS terdiri dari 10 pertanyaan dengan jawaban berupa skor linier dari 1 sampai 5. Angka 1 merepresentasikan sangat tidak setuju dan angka 5 merepresentasikan sangat setuju. Dari kuisioner yang diberikan, diperoleh hasil seperti pada Tabel 2.

Tabel 2 Uji Reliabilitas *Usability*

Pertanyaan	Korelasi Item-Total
Q1	0.583
Q2	0.490
Q3	0.585
Q4	0.268
Q5	0.567
Q6	0.190

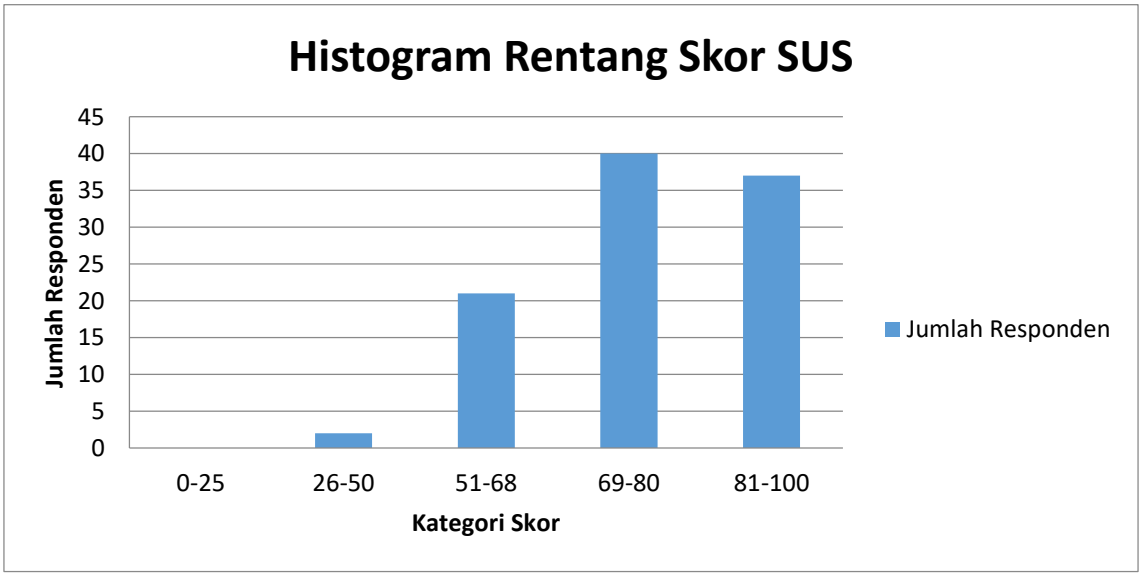
Q7	0.442
Q8	0.362
Q9	0.429
Q10	0.128
Rata-rata SUS	77.1

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai akhir (rata-rata) SUS sebesar 77,1. Nilai 77,1 pada SUS dikategorikan sebagai nilai 'B' pada metode *grading*, nilai '*good*' pada metode *adjective* yang terlihat dari matriks konversi penilaian pada Gambar 2.



Gambar 2 Matriks Konversi Penilaian

Gambar 2 menampilkan interpretasi skor *System Usability Scale* (SUS) berdasarkan empat kategori, yaitu NPS (*Net Promoter Score*), *Acceptable*, *Adjective*, dan *Grade*. Skor SUS berada pada rentang 0–100, di mana nilai sekitar 77,1 termasuk dalam kategori "*Good*" dengan grade B, yang berarti aplikasi dinilai *acceptable* dan berada di zona promoter. Artinya, pengguna cenderung puas dengan kemudahan penggunaan aplikasi dan kemungkinan besar akan merekomendasikannya kepada orang lain.



Gambar 3 Histogram Rentang Skor SUS

Gambar 3 merupakan histogram yang menunjukkan distribusi rentang skor SUS berdasarkan jumlah responden. Terlihat bahwa sebagian besar responden memperoleh skor pada rentang 69–80 dan 81–100, masing-masing dengan jumlah sekitar 40 dan 38 responden. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas pengguna menilai aplikasi berada pada kategori baik hingga sangat baik, sementara hanya sedikit responden yang memberikan skor di bawah 50. Dengan

demikian, dapat disimpulkan bahwa aplikasi memiliki tingkat *usability* yang tinggi dan diterima dengan baik oleh pengguna.

3.6 Pembahasan

Penelitian ini memiliki kelebihan karena menggunakan kombinasi *Design Thinking* dan *System Usability Scale* (SUS), sehingga mampu memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang pengalaman pengguna, baik dari sisi kebutuhan kualitatif maupun penilaian kuantitatif terhadap kemudahan penggunaan aplikasi. Pendekatan ini membantu menemukan masalah yang tidak terlihat melalui evaluasi teknis saja, seperti kompleksitas navigasi dan notifikasi yang mengganggu. Namun, penelitian ini masih memiliki keterbatasan, terutama karena jumlah responden yang relatif homogen dan belum mencakup variasi pengguna dari wilayah atau latar belakang yang lebih luas. Jika dibandingkan dengan penelitian serupa yang hanya menggunakan SUS atau *Usability Testing*, studi ini memberikan wawasan yang lebih menyeluruh, tetapi masih dapat ditingkatkan dengan menambahkan metode lain seperti *eye-tracking*, *task analysis*, atau analisis perbandingan antar-*platform e-commerce* untuk memperkaya temuan.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil mengukur tingkat *usability* aplikasi *Shopee* dengan menggabungkan metode *Design Thinking* dan *System Usability Scale* (SUS). Dari pengujian terhadap 100 pengguna aktif, diperoleh skor SUS rata-rata 77,1, yang termasuk kategori *Good* dengan grade B, menandakan bahwa *Shopee* memiliki tingkat kemudahan penggunaan yang baik dan dapat diterima oleh pengguna. Melalui proses *Design Thinking*, ditemukan beberapa masalah utama seperti navigasi yang kompleks, pencarian produk yang kurang optimal, kurangnya transparansi verifikasi penjual, serta notifikasi promosi yang berlebihan. Untuk menjawab permasalahan tersebut, dikembangkan tiga *prototype* solusi, yaitu sistem navigasi baru, fitur pencarian visual, dan dashboard pengaturan notifikasi. Hasil uji coba menunjukkan bahwa antarmuka *Shopee* dinilai cukup mudah dipahami dengan integrasi fitur yang baik, meskipun masih diperlukan perbaikan pada aspek pencarian dan pengelolaan notifikasi agar pengalaman pengguna semakin optimal.

5. SARAN

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar penelitian selanjutnya melibatkan pengujian *prototype* dengan jumlah dan karakteristik responden yang lebih beragam dari berbagai wilayah di Indonesia sehingga hasilnya lebih representatif. Selain itu, penelitian dapat diperluas dengan metode evaluasi tambahan seperti *eye-tracking* atau *task analysis* untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku pengguna. Studi lanjutan juga dapat melakukan perbandingan antara *Shopee* dan platform *e-commerce* lainnya di Indonesia guna mengidentifikasi keunggulan kompetitif serta area yang masih perlu diperbaiki. Terakhir, uji implementasi *prototype* dalam jangka waktu tertentu perlu dilakukan untuk menilai dampaknya terhadap kepuasan pengguna dan loyalitas pelanggan secara nyata.

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji bagi Allah SWT atas kelancaran penelitian ini. Penghormatan tertinggi penulis sampaikan kepada kedua orang tua yang selalu mendoakan dan mendukung setiap langkah penulis. Apresiasi yang tulus juga penulis haturkan kepada para dosen yang telah membimbing penulis selama penelitian, serta kepada seluruh responden yang telah bersedia berpartisipasi dalam pengisian kuesioner penelitian ini, Penulis juga mengucapkan terima kasih

kepada Tim Redaksi Jurnal Teknika Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan kesempatan sehingga artikel ilmiah ini dapat diterbitkan.

DAFTAR PUSTAKA

[1] S. Di, S. Royal, and S. Royal, "PENERAPAN SYSTEM USABILITY SCALE (SUS) DALAM PENGUKURAN KEBERGUNAAN WEBSITE PROGRAM," vol. 4307, no. 1, pp. 43–49, 2022.

[2] C. First, R. Purba, I. N. Tri, and A. Putra, "DENGAN PENDEKATAN SYSTEM USABILITY SCALE," vol. 13, no. 2, 2025.

[3] B. Dwi, M. Silla, and M. E. A. S, "UJI KUALITAS WEBSITE INDONESIAX MENGGUNAKAN METODE SYSTEM USABILITY SCALE (SUS)," vol. 16, no. 1, pp. 12–19, 2022.

[4] F. G. Sembodo, G. F. Fitriana, and N. A. Prasetyo, "Evaluasi Usability Website Shopee Menggunakan System Usability Scale (SUS)," vol. 5, no. 2, pp. 146–150, 2021.

[5] D. Saputra, E. A. Syah, F. Darnis, and U. Stekom, "Usability Testing on the Simponik Website using the System Usability Scale (SUS)," vol. 6, no. 4, pp. 2584–2592, 2022.

[6] R. Aisy, Y. T. Mursityo, and S. H. Wijoyo, "EVALUASI USABILITY APLIKASI MOBILE SAMPINGAN MENGGUNAKAN METODE USABILITY TESTING DAN SYSTEM USABILITY SCALE (SUS) USABILITY EVALUATION OF SAMPINGAN MOBILE APPLICATION USING THE USABILITY TESTING METHOD AND SYSTEM USABILITY SCALE (SUS)," vol. 11, no. 1, pp. 19–26, 2024, https://doi.org/10.25126/jtiik.20241116613.

[7] A. A. Triwardani, M. H. Ulfiah, and F. Dzatama, "Evaluasi Pengalaman Pengguna Menggunakan Metode System Usability Scale (SUS) Pada Aplikasi Access By KAI," vol. 8, pp. 944–951, 2024.

[8] J. Manajemen, S. Informasi, A. L. Dyayu, and H. Yani, "Evaluasi Usability Aplikasi PeduliLindungi Menggunakan Metode Usability Testing dan System Usability Scale (SUS) Jurnal Manajemen Teknologi dan Sistem Informasi (JMS)," vol. 3, pp. 395–404, 2023.

[9] M. L. Hakim, R. Kurniawan, Y. A. Wijaya, T. Suprapti, and K. Cirebon, "PENGGUNAAN SYSTEM USABILITY SCALE (SUS) UNTUK MENINGKATKAN NILAI KEGUNAAN PADA," vol. 13, no. 2, pp. 649–657, 2025.

[10] N. Pratama and R. Anrahvi, "Application of the System Usability Scale (SUS) Method in Measuring Student Satisfaction with the Academic Directory Website Penerapan Metode System Usability Scale (SUS) dalam Mengukur Kepuasan Mahasiswa terhadap Website Direktori Akademik," vol. 3, pp. 74–80, 2024.

[11] E. Kaban, K. C. Brata, and A. H. Brata, "Evaluasi Usability Menggunakan Metode System Usability Scale (SUS) Dan Discovery Prototyping Pada Aplikasi PLN Mobile (Studi Kasus PT . PLN)," vol. 4, no. 10, 2020.

[12] D. P. Kesuma, "Penggunaan Metode System Usability Scale Untuk Mengukur Aspek Usability Pada Media Pembelajaran Daring Di Universitas XYZ," vol. 8, no. 3, 2021.

[13] R. Nurlistiani, N. Purwati, I. Komputer, I. Informatika, and D. Lampung, "Interpretasi Pengujian Usabilitas E-Learning di Masa Pandemi COVID-19 Menggunakan System Usability Scale," vol. 2020, no. Rusman 2015, pp. 164–171, 2021.

[14] B. Hakim, M. Hazimah, P. Studi, S. Informasi, and U. B. Mulia, "ANALISIS PERBANDINGAN APLIKASI BELANJA ONLINE INDONESIA DAN TIONGKOK DENGAN SYSTEM USABILITY SCALE," vol. 2.

[15] G. Kurniawan, F. Adnan, and J. A. Putra, "PERANCANGAN USER INTERFACE DAN USER EXPERIENCE APLIKASI E- COMMERCE KAIN BATIK PADA UMKM REZTI ' S BATIK MENGGUNAKAN PENDEKATAN DESIGN THINKING USER INTERFACE AND USER EXPERIENCE DESIGN OF BATIK FABRIC E-COMMERCE APPLICATION AT MSME REZTI BATIK USING THE DESIGN," vol.

10, no. 3, pp. 551–560, 2023, https://doi.org/10.25126/jtiik.2023106733.
[16] D. Widyaningrum, "Perancangan User Experience Aplikasi Website Computer Assisted Test (CAT) Menggunakan Five Planes Framework," *J-Intech*, vol. 11, no. 1, pp. 177–187, 2023, https://doi.org/10.32664/j-intech.v11i1.888.
[17] M. R. Assidiq and S. Bahri, "ANALISIS USABILITY FITUR RATING PADA APLIKASI LADDER MENGGUNAKAN METODE SYSTEM," vol. 9, no. 2, pp. 12–21, 2022.
[18] T. Online, M. R. Sanjaya, A. Saputra, and D. Kurniawan, "Penerapan Metode System Usability Scale (Sus) Perangkat Lunak Daftar Hadir Di Pondok Pesantren Miftahul Jannah Berbasis Website," vol. 7, no. 1, pp. 120–132, 2021.
[19] K. T. Nugroho, B. Julianto, D. Febryan, and N. Ms, "USABILITY TESTING PADA SISTEM INFORMASI MANAJEMEN AKN PACITAN MENGGUNAKAN METODE SYSTEM USABILITY SCALE Jurnal Nasional Pendidikan Teknik Informatika : JANAPATI | 75," vol. 11, pp. 74–83, 2022.
[20] P. T. Telekomunikasi, I. Witel, S. Selatan, M. A. Sari, and K. D. Tania, "Evaluasi Usability Pada Knowledge Management System (KMS) Menggunakan Metode System Usability Scale (SUS)," vol. 3, no. 3, pp. 134–146, 2022.
[21] J. Sistem, S. Komputer, and T. Pramuda, "ANALISIS USABILITY TESTING MENGGUNAKAN METODE SUS (SYSTEM USABILITY SCALE) TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI SHOPEE," vol. 8, no. 2, pp. 208–220, 2023.